

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

TÍTULO: ACERCAMIENTO AL ENTORNO LABORAL Y LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

ESTUDIANTE:

FRANCISCO SIERRA

CÓDIGO:

2012142063

TUTOR DE PRÁCTICAS:

DISNEY GÓMEZ

EMPRESA:

G2 PRODUCCIONES S.A.S

PROGRAMA DE CINE Y AUDIOVISUALES

FACULTAD DE HUMANIDADES

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

SANTA MARTA

2017

INTRODUCCIÓN

La práctica laboral es la oportunidad que tenemos como estudiantes de poner en práctica todo lo aprendido a lo largo de los 5 años de educación profesional adquiridos durante de la carrera. Es el primer acercamiento que tenemos como profesionales al mundo laboral y nuestra primera oportunidad de demostrar nuestros conocimientos y llevarlos a la práctica para la resolución de los posibles conflictos a presentarse.

El siguiente informe tiene como finalidad principal hacer un resumen y descripción detallada de mi trabajo realizado en la empresa G2 PRODUCCIONES a lo largo de los seis (6) meses estipulados para prácticas profesionales de la Universidad del Magdalena según el Acuerdo Académico N°041 del 2017. En este, se expondrá como fueron aplicados los saberes y conocimientos adquiridos a lo largo de mi educación de pregrado y los diferentes obstáculos, oportunidades y experiencias vividas durante esta etapa de aprendizaje y trabajo.

OBJETIVO GENERAL

- Poner en práctica los conocimientos aprendidos en una empresa audiovisual en pro de mejorar la producción y entrega de los contenidos por realizar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el manejo del flujo de trabajo dentro de la empresa
- Crear contenidos audiovisuales para los diferentes clientes de la empresa, teniendo en cuenta sus necesidades y peticiones
- Potencializar los conocimientos en el área de desempeño (post-producción de video)
- Trabajar en equipo con las demás áreas de trabajo dentro de la empresa para lograr cumplir con productos de alta calidad y entregas en los tiempos estipulados.

JUSTIFICACIÓN

La realización de un periodo de práctica profesional durante la formación de un estudiante es algo completamente necesario para que este culmine definitivamente este proceso de aprendizaje y de formación dentro de un área en específico. Estas ponen al estudiante en la necesidad de aplicar todos los conocimientos adquiridos en situaciones reales y con la responsabilidad de mejorar u sobrellevar obstáculos que se presenten dentro de la empresa o entidad donde se desempeña. Muchas veces la excesiva teoría de algunos estudios universitarios las convierte muy a menudo en la única oportunidad que tiene el estudiante de poner en práctica su formación, conocer de cerca el funcionamiento interno de las empresas, contrastar sus conocimientos y aptitudes con el perfil que demandan las compañías, e incluso definir sus aspiraciones profesionales.

Como realizador audiovisual, enfrentarse al mundo laboral del audiovisual puede resultar desafiante. Nuestro trabajo se convierte en un reto diario el cual consta con la responsabilidad permanente de crear contenidos los cuales sean del disfrute de nuestros clientes y espectadores, cosa que dentro de la figura del estudiante no experimentamos.

Para mi formación profesional y para mi crecimiento como artista audiovisual es completamente necesario la inmersión dentro de este ambiente para seguir aprendiendo dentro de mi rol como estudiante de las cosas que nos esperan después de recibir nuestro diploma. Es una prueba que dentro de las aulas de la universidad no se puede experimentar, ya que estar diariamente dentro del escrutinio de un cliente es una oportunidad invaluable para madurar profesional y personalmente y, sobre todo, una oportunidad para esforzarse diariamente en crear productos de alta calidad que estén al nivel de lo que se exige en el mercado laboral en nuestro país y por qué no en el mundo entero.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

La Empresa donde se realizaron las prácticas se denomina G2 PRODUCCION S.A.S.,
Con domicilio principal en la Ciudad de Bogotá, y con sede en Santa Marta, en la Carrera 4 Nro. 12-55
en el Sector de El Rodadero, Edificio Araujo y Segovia, segundo piso. Su representante legal es
ELIZABETH GRAY.

El Objeto Social de G2 PRODUCCION S.A.S, abarca todos los campos de lo audiovisual, teniendo
presente siempre la alta calidad, como son:

- Manejo de Redes digitales
- Publicidad
- Videos
- Fotografías
- Web
- Televisión
- Institucionales
- Promoción de productos
- Manejo de marcas
- Cine
- Series
- Documentales
- Reality
- Eventos
- Video Clips
- Animaciones

MISIÓN:

Somos una empresa de profesionales en producción audiovisual que ofrece a nuestros clientes un
servicio de calidad llegando a tener la satisfacción total del producto, brindándoles todas las garantías y
confianza. Entendemos el mundo digital y con nuestra creatividad haremos de tu necesidad, la mejor
oportunidad de posicionamiento de tu marca.

VISIÓN

G2 se proyecta como una empresa productora de todo tipo de contenido audiovisual con reconocimiento y prestigio a nivel nacional e internacional. Líderes en el mercado digital a la vanguardia con las nuevas tecnologías de la comunicación. Ofreciendo servicios de calidad, pertinentes al contexto sociocultural y responsables con sus clientes.

FUNCIÓN

La pre-producción de medios audiovisuales que abarca: La conceptualización y/o co-creación de la idea original, la escritura y/o co-autoría del guión que será la directriz del producto audiovisual final, la realización del storyboard para determinar los planos y secuencias a emplearse durante la etapa de producción, el scouting para determinar las posibles locaciones donde se rodará cada escena planteada en el guión, la elaboración de presupuestos que determinen con precisión la inversión real que requiere cada proyecto audiovisual, el diseño y la fabricación de la escenografía, la utilería y la ambientación que requiere cada escena. De igual manera, de la logística de medios concerniente a la obtención de los permisos y/o requerimientos que serán pertinentes durante el proceso de producción.

De tal forma que, la pre-producción local sea completa o parcial, para que un proyecto audiovisual sea producido fuera del área geográfica donde fue concebido.

La producción de medios audiovisuales que implica: El cáterin y alojamiento del equipo de producción durante el tiempo de rodaje, la consecución de los recursos técnicos y humanos necesarios, la producción de campo y/o de floor manager de acuerdo a las especificaciones del proyecto, la dirección de cámaras, la dirección de escena o la asistencia de realización, la iluminación del set y/o locación. También, el mantenimiento de la continuidad argumental y estética del producto audiovisual en cada momento de su realización.

La post-producción de medios audiovisuales que tiene en cuenta: La organización y selección cuidadosa del material grabado durante el proceso de producción, o si es suministrado directamente por el cliente, para su tratamiento estético y de colorimetría durante la fase de edición y montaje, la

implementación de efectos especiales para dar realismo a las escenas y secuencias que lo ameriten de acuerdo al guión y la subtitulación del material audiovisual para que sea consumido por un público determinado. Siempre con una estética de la imagen clara y puntual de acuerdo a los requerimientos que se hayan establecido.

La publicidad y estrategias de marca: Con la elaboración de campañas publicitarias que empleen los medios masivos de comunicación -prensa, radio, televisión e internet- como difusores de los contenidos audiovisuales que ampliarán la cuota de mercado de las marcas. Para lo cual, se plantea el diseño estructurado de campañas con segmentación de contenidos; elaborando vallas publicitarias, pancartas, flayers, tarjetas de presentación, souvenirs, reels, comerciales, vídeo clips y vídeos corporativos e institucionales; incluso de tipo documental, de acuerdo a los intereses de nuestros clientes.

El marketing digital: Que, presupuesta la creación y administración de redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter, Youtube o cualquier otra que necesite nuestro cliente; o su reestructuración y administración si ya existieran. Además de la implementación de las estrategias de mercadeo que cada marca requiere de acuerdo a su target; realizando con ese fin, de tres a cuatro publicaciones diarias y de contenido segmentado, asegurando la masificación del consumo de los productos que distribuye la marca en cuestión.

DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROCESO Y LOS SUBPROCESOS SELECCIONADO PARA APLICAR EL TRABAJO

El área donde desempeñe mi trabajo durante los seis (6) meses estipulados de práctica es la de postproducción, específicamente en el cargo de editor y montajista de los productos audiovisuales y el contenido en general producido por el equipo de realizadores de G2 PRODUCCIONES. El proceso conocido como post-producción de video, inicia a partir del momento en que se culminan la grabación de las escenas, inserciones, referencias de ubicación y audios incidentales que, en conjunto, conforman el material para esta última fase de trabajo donde el producto audiovisual, tomará su forma final. Dentro de los reglamentos de la empresa, se estima que el cargo del editor tiene la siguiente función: Se encarga del resultado de cada proyecto en el que el producto final es una secuencia de imágenes ya sea un video, un gif, reel fotográfico, entre otros.

Quien realice este cargo es el encargado del resultado audiovisual final de postproducción, entendiéndose como resultado final, todo el primer proceso de revisión de material, elección de banda sonora (en caso de videos institucionales), montaje, edición, corrección de color, títulos, entre otros. Teniendo en cuenta eso, como editor yo era quien recibía el material grabado en la empresa, y este debía pasar por un proceso de calificación en el cual, como su nombre lo dice, me encargaba de hacer una ardua selección de todo el material grabado o fotografiado, para posteriormente hacer una elección apropiada de lo mejor dentro de todo y utilizar ese material para el producto final. Siguiendo a eso, el material que seleccionaba, lo debía organizar de tal forma que narrativamente sea apropiado para las exigencias del cliente y el público que lo consumirá y cumplan con el objetivo que se desea. Finalmente, lo que me correspondía dentro del proceso de la entrega de un producto audiovisual, era realizar las últimas correcciones en cuanto a imagen, color y sonido para que el contenido que debe ser entregado cumpla con los requerimientos y el estándar de calidad exigido por las directivas de la empresa y que espera el cliente.

DIAGNÓSTICO

Dentro del funcionamiento del flujo de trabajo de la empresa G2 PRODUCCIONES, se comprende los siguientes pasos desde la creación de un contenido determinado hasta su entrega final: primero el cliente solicita el producto que quiere que se le realice, ya sea foto-estudio, video publicitario, contenido para redes, entre otros. Seguido, el equipo de productores teniendo en cuenta las necesidades exigidas hacen las cotizaciones y presupuestos para la realización de lo solicitado en lo que encontramos, scouting de locaciones, alquiler de equipos, vestuario y maquillaje (dependiendo del caso), entre otros. Teniendo ya los implementos necesarios, se procede a la realización del producto audiovisual, el equipo de realizadores de la empresa se dirige a grabar o fotografiar dependiendo la necesidad. Una vez terminado el proceso de producción, el material adquirido es entregado al equipo de post-producción para que nosotros realicemos el proceso de selección de material y editemos todo lo que será usado, permitiendo de esta forma entregar el producto final.

El resultado final que se le es entregado al cliente depende mucho de lo que este decida que quiere recibir. Muchas veces el cliente al no tener opciones preestablecidas de cómo quiere recibir el producto final, se encuentra confundido en el momento de la entrega. Esta confusión ha generado en la empresa muchas situaciones de inconformidad en el cliente y retrasos en las entregas debido a los cambios que este va pidiendo a lo largo del proceso. Estos retrasos se ven reflejados significativamente en el esquema de producción que se tiene establecido dentro de la empresa y sobretodo en el área de postproducción que, a causa de la falla en la agilidad de entrega, se le acumula el trabajo y es cada vez más difícil para nosotros como editores, cumplir con fechas de entrega y consecuentemente con la calidad del trabajo apropiada.

La ausencia de un esquema establecido para entregas en donde el cliente tenga la libertad de escoger entre varias opciones dadas por la empresa, repercute seriamente en todo el proceso creativo de la compañía y en cómo esta es percibida por el público que la contrata. Es necesario que la clientela cuente con unas opciones de entrega que sean mucho más claras para ellos y no tengan que imaginar ellos mismos como quieren ver su producto final entregado. Teniendo un esquema establecido y unos patrones de entrega que se cumplan para los diferentes productos que se pidan, se evitarían las confusiones, las inconformidades y sobretodo los retrasos que dañan la imagen de la productora.

PROPUESTA

De acuerdo al flujo de trabajo y de entrega anteriormente mencionado y teniendo en cuenta las necesidades que demandaban los clientes, propuse una reestructuración del flujo de la entrega de los contenidos producidos, lo cual desde el cargo de postproducción quienes somos los encargados y responsables de los tiempos de entregas y la calidad de los productos finales, era apropiado para encontrarle una mejora a los inconvenientes que se venían presentando de acuerdo al diagnóstico realizado ante la situación de trabajo dentro de la empresa.

La propuesta consta de diferentes cambios de acuerdo a los sistemas de entregas de los productos que como editores y montajistas realizamos:

Si el producto final es un reel de fotografías, se entregará al cliente dos carpetas con el grupo de fotografías, una en alta resolución y otra en baja resolución. Esto para que quien lo reciba tenga un rango más amplio de selección del contenido y la oportunidad de tener todo el producto realizado por la empresa durante el evento capturado y que de igual forma cuente con la selección realizada por el equipo de producción de las mejores fotografías en la mejor calidad para su posterior uso en impresiones. Esto solucionaría el común pedido de los clientes de recibir todo el contenido capturado por la empresa.

Si el producto final es un video de un evento en específico o un video publicitario, se entregará al cliente un montaje corto de lo grabado como primera versión del producto final y una segunda versión en el formato de videoclip, junto con el material en bruto grabado por el equipo de realizadores de la empresa.

De esta forma, el espectro de elección para la clientela se abre de forma significativa y ayuda a la decisión de estos, para que sean ellos mismos quienes decidan lo que prefieren de acuerdo a sus exigencias y así cumplir siempre con la satisfacción de un producto final de alta calidad. Con estos paquetes preestablecidos, el cliente desde el primer momento que decide realizar su producto audiovisual con la empresa, sabe cómo recibirá el producto final. También la propuesta que propuse tenía como objetivo de igual forma facilitar el trabajo de nosotros los editores y evitar los retrasos en nuestro trabajo.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Inicialmente comuniqué la propuesta a mis jefes inmediatos de la empresa, teniendo en cuenta las necesidades y problemas que debían ser solucionados. Estos aceptaron en primer momento los cambios planteados anteriormente, en forma de prueba para observar los posibles resultados iniciales y las reacciones de la clientela.

En segundo momento, en conjunto con otros editores y productores de la empresa, hicimos un estudio de mercadeo de las diferentes compañías productoras de contenido audiovisual para así conocer cuál era el flujo de trabajo de estas y los paquetes ofrecidos para las entregas de los productos a sus clientes. De esta forma, buscábamos tener una idea de cómo implementar los paquetes preestablecidos de entregas de la propuesta antes mencionada y que ajustes se podrían tener en cuenta para aquellos paquetes.

Posteriormente hicimos los ajustes necesarios a los paquetes de entrega preestablecidos, cada uno teniendo en cuenta el producto final que había solicitado el cliente (video, fotografías o ambos). Como editores, fuimos teniendo en cuenta todas las solicitudes y correcciones que comúnmente hacen los clientes para así encontrar soluciones e implementarlas en las entregas preestablecidas que estábamos armando. Finalmente organizamos los requerimientos de cada paquete de entrega según el producto que se debía entregar a los clientes, teniendo en cuenta la necesidad de cumplir con las solicitudes y deseos de ellos. Estos paquetes de entrega cuando se vieron finalizados y con la aprobación de los jefes, fueron implementados en la entrega de los productos finales.

El resultado de estos cambios fue notorio dentro de las primeras semanas, los clientes tenían conocimiento de cómo recibirían sus productos finales y las correcciones que nos hacían al recibir sus materiales fueron cada vez disminuyendo logrando que los productos fueran entregados a tiempo, evitando los retrasos dentro del grupo de postproducción.

BIBLIOGRAFÍA

<https://www.aboutespanol.com/que-es-la-post-produccion-de-video-1348276>